



POSUDEK VEDOUcíHO BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Jméno studenta: Kateřina Poláková

Název práce: Marketing cestovní kanceláře

Autor posudku: Mgr. Dagmar Hrušová, Ph. D.

Cíl práce: Cílem bakalářské práce je návrh marketingu fiktivní cestovní kanceláře, se zaměřením na LGBT komunitu, jakožto specifickou oblast cestovního ruchu v podmínkách České republiky (viz str. 2).

Povinná kritéria hodnocení práce	Stupeň hodnocení (známka)					
	A	B	C	D	E	F
Práce svým zaměřením odpovídá studovanému oboru	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vymezení cíle a jeho naplnění	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zpracování teoretických aspektů tématu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zpracování praktických aspektů tématu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Adekvátnost použitých metod, způsob jejich použití	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hloubka a správnost provedené analýzy	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Práce s literaturou	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Logická stavba a členění práce	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jazyková a terminologická úroveň	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Formální úprava a náležitosti práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vlastní přínos studenta	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Využitelnost výsledků práce v teorii (v praxi)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Vyjádření k výsledku anti-plagiátorské kontroly

Celková zjištěná shoda týkající se podobnosti s jinými dostupnými texty je 4 %, odkazy na citace jsou ale v oblastech shody uvedeny.

Dílčí připomínky a náměty:

- „Webové stránky Rainbow tour jsou moderně zpracované.“ (str. 45) – budou/by měly být... jedná se o návrh marketingu fiktivní CK
- Kapitola „Popis výzkumného souboru“ vhodněji patří do Metodiky zpracování, na stejnou úroveň s kapitolou „Výzkumné metody“
- Informace v anotaci: „V této práci byly stanoveny celkem tři výzkumné otázky, které měly za úkol zodpovědět, zda bude marketing fiktivní cestovní kanceláře konkurenceschopný oproti konkurentům.“ x Jen první výzkumná otázka byla zaměřena na konkurenceschopnost navržené fiktivní CK, ne všechny tři.

- Ocenila bych preciznější grafické zpracování všech tabulek a jejich minimalističtější formát.

Jazyková stránka, přesnost formulací:

- „Cílem této bakalářské práce původně byl návrh kompletního marketingu fiktivní cestovní kanceláře zaměřené na specifickou oblast cestovního ruchu v podmínkách České republiky.“ – Ve formulaci cíle je navíc slovo „původně“.
- „Tato skupina je vybrána z toho důvodu, protože toto téma je trendem, a v této době velmi aktuální a řešené.“ (str. 2) – krkolonná formulace
- „Otázka byla zjištěna na základě dotazníkového šetření“ (str. 3) – ne otázka, ale odpověď na otázku...
- „Díky této druhé výzkumné otázce, lze zjistit, jak postavit vhodně propagaci.“ (str. 3) – interpunkce
- „Některé termíny dopomohly zodpovědět částečně výzkumné otázky.“ (str. 11) – nedává smysl
- „...na základě vyplnění dotazníku, který byl nezbytně nutný vyplnit.“ (str. 4)
- „V teoretická východiska obsahuje potřebnou teorii o cestovní kanceláři...“ (str. 11)
- „Výsledky i vzhledem malého počtu respondentů lze považovat za relevantní...“ (str. 5) – formulace
- „...a lze říct, že výsledky, které přineslo dotazníkové šetření jsou relevantní i vzhledem k menšímu počtu respondentů.“ (str. 82) – (i přes menší počet...?)

Citační stránka:

- „Podle Slavíka (2014) cenu lze stanovit v zásadě trojím způsobem, a to na základě nákladů, na základě poptávky (podle výše očekávané zákazníky, podle výše finančního přínosu produktu, podle intenzity poptávky) a na základě konkurence (Slavík, 2014).“ (str. 14) – Na několika místech nadbytečné použití odkazů.
- „Na základě tvrzení Prague (LGBT friendly hotely v Praze, 2022)“ (str. 32) – špatný formát odkazu
- „Historie festivalu a profil návštěvníků. PRAGUE PRIDE FESTIVAL [online]. Praha: Prague Pride, 2022a [cit. 2022-04-23]. Dostupné z: <https://festival.praguepride.com/cs/festival/festival-historie-a-profil>“ – Na prvním místě má být autor, ne název článku
- Zdroj: „Upraveno dle Dědiny a Cejthamra 2005 s. 43“ – má být odděleno závorkou/čárkou

Celkové posouzení práce a zdůvodnění výsledné známky:

Autorka si zvolila neotřelé téma bakalářské práce a zaměřila se na specifickou cílovou skupinu, a to LGBT komunitu. Navrhuje fiktivní CK s názvem Rainbow Tour, která by byla úzce zaměřená právě na LGBT komunitu. Práce obsahuje popis strategie, koncepcí a marketingu z pohledu produktu, podpory prodeje, ceny, propagace, rozvaha by měla být provedena i z pohledu distribuce. Více by měla být rozpracována cenová strategie a diskutována otázka ziskovosti. U ukázkového zájezdu nejsou uvedeny náklady a cenová kalkulace.

Výběr výzkumného souboru byl vhodný, oceňuji, že autorka oslovila mnoho tematicky zaměřených facebookových skupin a podařilo se tak zařadit 86 respondentů a získat validní data z pohledu charakteristiky cílové skupiny, jejich zájmů a specifik.

Metodicky se sběr dat opírá o dotazníkové šetření, obsahovou analýzu a SWOT analýzu. Za slabší místo považuji formulaci cíle a výzkumných otázek (str. 2–4, příklady viz. dílčí připomínky výše). Zde chybí preciznost, vyskytují se drobné chyby, jazykové nepřesnosti. V praktické části je dobře shrnutý postup pro praktickou část, bylo by ovšem logické zachovat chronologii tohoto postupu řešení výzkumného problému v rozsahu celé BP. Prvním krokem bylo vytvoření dotazníkového šetření, dále byla provedena analýza trhu a identifikování konkurentů v Praze, vybrány 3 CK s podobnými produkty atd... v tomto sledu by tedy bylo dobré zachovat jak i zpracování a vyhodnocení celé praktické části.

V kapitole s výsledky dotazníkového šetření je zpracováno poměrně dost grafů a popisných informací, v komentářích bych ovšem doporučila uvádět odkazy na grafy, pro snadnější orientaci, rovněž také udržet konzistenci mezi údaji – někde je relativní, někde absolutní četnost. Dvě otázky grafické zpracování výsledků nemají, což je škoda. Např. podrobnější zpracování k otázce „V jaké zemi jste se setkali s diskriminací“ by jistě také přineslo zajímavá data.

Co se týče práce s citacemi, zde se vyskytují nepřesnosti menšího charakteru v odkazech na internetové zdroje, kde se neuvádí název článku, ale jen autor/autorská organizace. A podobně v seznamu literatury u internetových zdrojů je potřeba, aby na prvním místě byl uveden autor/autorská organizace, ne název článku (viz dílčí připomínky výše). Na několika místech to je uvedeno obráceně, což zhoršuje dohledatelnost zdroje.

Otázky k obhajobě:

Vysvětlete blíže, jak bude fungovat navržená cenová strategie – viz: „Cenová strategie bude spočívat v tom, že ceny budou tedy sestaveny na základě toho, aby pokryly náklady cestovní kanceláře, tedy fixní náklady. Tato strategie bude uspokojovat zákazníka i podnikatele. Tímto přilákáme zákazníky.“ (str. 43) ... „Rainbow tour nabízí zájezdy výrazně levnější“?

Jaké by bylo podrobnější vyhodnocení dat k otázce z dotazníkového šetření „V jaké zemi jste se setkali s diskriminací“? Kolik respondentů odpovědělo?

Práci doporučuji k obhajobě.

Navržená výsledná známka: C

V Hradci Králové, dne 5. září 2022

podpis